

XI Congreso Internacional de Ciberperiodismo
Bilbao, 11 y 12 de noviembre de 2019

Telegram y WhatsApp como herramientas de comunicación periodística: la visión de las redacciones

Jon Sedano
Universidad de Málaga

WhatsApp se ha establecido como la aplicación de mensajería instantánea más popular del mundo, superando en julio de 2019 los 1.600 millones de usuarios, según el estudio realizado por Statista y Hootsuite. Su rival más directo, Telegram, aunque se aleja de esa cifra, acorta la distancia con cada caída del líder, aumentando en 3 millones de usuarios la última vez que WhatsApp estuvo offline durante 24 horas. El estudio 'Guide to Chat Apps' asegura que las aplicaciones de mensajería tienen actualmente más usuarios globales que las redes sociales tradicionales (Barot y Oren, 2015).

Bajo ese paradigma, España se ha establecido como el segundo país en lo que a penetración de WhatsApp se refiere (83,1%), siendo solo superado por los Países Bajos (85%). Asimismo, la herramienta de comunicación inmediata es la más utilizada para leer, encontrar, compartir o comentar noticias, con un 47% de uso para este fin, según el Informe de Noticias Digitales 2019 del Instituto Reuters.

Desde 2012, 49 medios españoles han utilizado WhatsApp o Telegram como emisores (28 medios) o receptores (21 medios). Este uso generalizado de las aplicaciones de mensajería instantánea móvil (MIM) las ha convertido en componentes esenciales de las rutinas de las redacciones (Andueza y Pérez, 2014). El presente estudio se centra en realizar entrevistas en profundidad a los responsables de comunicación de nueve medios españoles que han hecho uso de alguna de estas dos aplicaciones de mensajería instantánea.

Radio Vitoria (EiTB) es el primer medio que comenzó a utilizar WhatsApp como receptor, allá por 2012, mientras que otros, como AS, se establecieron como pioneros a nivel emisores, pero dejaron de utilizar el servicio. Diario Sur por ejemplo lo ha llegado a usar para verificar a través de su sección B de Buló; [El diario.es](http://El-diario.es) en cambio, desestimó la aplicación comprada por Facebook y se centró en Telegram, siendo el canal de un medio con más suscriptores (25.000 usuarios).

Sus responsables explican qué métodos utilizan para gestionar el servicio, desde emuladores de Android hasta aplicaciones de terceros; así como los pros y contras del servicio, y la estrategia que prevén usar ante el cambio de condiciones de WhatsApp en diciembre de 2019.